

Final Project 1

Code: PMG496

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع
تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة
دراسة تحليلية ميدانية على المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية

أسم الطالب
شهد وحيد احمد فضه

مشروع تخرج- 1
كلية إدارة مشاريع - جامعة ميدأوشن

د. عبد الرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

رقم الطالب: 232001199
تاريخ البحث: 21/2/2026
السنة الثالثة الفصل الدراسي الثالث

جدول المحتويات

3	• الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
3	1. المقدمة
5	2. مشكلة الدراسة
5	2.1. فجوات على المستوى النظري
6	2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6	3. أهمية الدراسة
7	3.1. على المستوى النظري
7	3.1. على المستوى التطبيقي
8	1. أسئلة الدراسة
9	2. أهداف الدراسة
10	3. فرضيات الدراسة
11	4. نموذج الدراسة
13	5. منهجية الدراسة
14	6. الدراسة الميدانية
14	7. مخطط المشروع المقترح
16	• الفصل الثاني: الدراسات السابقة
17	1. المقدمة
17	2. الدراسة السابقة
18	3. التعليق على الدراسة السابقة
19	4. المتغير المستقل
20	5. المتغير التابع
20	6. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
21	7. الفجوة البحثية
22	8. الخاتمة

• الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1. المقدمة:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جوهرية في بيئة الأعمال نتيجة التطور المتسارع في تقنيات المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى ظهور مفاهيم إدارية حديثة تركز على الابتكار والتكنولوجيا في تحسين الأداء المؤسسي. وأصبح التحول الرقمي من أبرز الاتجاهات الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسات في مختلف القطاعات، لما له من دور في إعادة تشكيل نماذج الأعمال ورفع كفاءة العمليات وتحسين تجربة العملاء. ولم يعد استخدام التكنولوجيا خيارًا تكميليًا، بل أصبح عنصرًا أساسيًا في استمرارية المؤسسات وتعزيز قدرتها التنافسية في بيئة تتسم بالديناميكية وسرعة التغير.

وفي المملكة العربية السعودية، يشهد الاقتصاد الوطني تحولاً رقمياً واسع النطاق في إطار مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030، التي تسعى إلى بناء اقتصاد رقمي متنوع ومستدام. ويعد قطاع التجارة الإلكترونية من أكثر القطاعات استفادة من هذا التحول، حيث أسهم انتشار الإنترنت وزيادة استخدام الهواتف الذكية في تغيير أنماط الاستهلاك، وأصبح المستهلك يعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية لإتمام عمليات الشراء والحصول على الخدمات.

ويُعد التحول الرقمي عاملاً محورياً في تطوير أداء المتاجر الإلكترونية، إذ يساهم في أتمتة العمليات، وتحسين سرعة الاستجابة، وتعزيز أمن المعلومات، وتطوير تجربة المستخدم الرقمية. وفي المقابل، تمثل جودة الخدمة أحد أهم محددات رضا العملاء وولائهم، خاصة في البيئة الإلكترونية التي تعتمد بشكل كامل على التفاعل الرقمي بين العميل والمنصة. ومن ثم، تبرز العلاقة الجوهرية بين مستوى التحول الرقمي داخل المتاجر الإلكترونية وجودة الخدمة المقدمة للعملاء، حيث يُتوقع أن يؤدي ارتفاع مستوى التحول الرقمي إلى تحسين جودة الخدمة وتعزيز رضا العملاء.

وعلى الرغم من الاهتمام المتزايد بدراسة التحول الرقمي وجودة الخدمة كلاً على حدة، إلا أن الدراسات التي تناولت العلاقة بينهما في قطاع المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة لا تزال محدودة، مما يشير إلى وجود فجوة بحثية تستدعي المزيد من التحليل والدراسة. كما أن التفاوت الملحوظ في مستويات جودة الخدمة بين المتاجر الإلكترونية يطرح تساؤلات حول مدى ارتباط هذا التفاوت بدرجة تطبيق التحول الرقمي.

وانطلاقاً من ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة، من خلال قياس مستوى تطبيق التحول الرقمي، وتقييم جودة الخدمة المقدمة، واختبار العلاقة بين المتغيرين باستخدام منهج علمي تحليلي. وتسعى الدراسة إلى تقديم نتائج تساهم في دعم متخذي القرار وتطوير الاستراتيجيات الرقمية بما يعزز رضا العملاء ويرفع القدرة التنافسية للمؤسسات.

2. مشكلة الدراسة

على الرغم من التوسع الكبير الذي يشهده قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وما يصاحبه من استثمارات متزايدة في التقنيات الرقمية، إلا أن مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل المتاجر الإلكترونية لا يزال متفاوتاً بصورة ملحوظة. فبعض المتاجر استطاعت توظيف التقنيات الحديثة بشكل فعال لتحسين تجربة العملاء وتسريع العمليات، بينما لا تزال متاجر أخرى تعاني من تحديات تشغيلية وتقنية تؤثر سلباً على مستوى الخدمة المقدمة.

ويلاحظ أن التحول الرقمي لا يقتصر على إنشاء منصة إلكترونية أو تطبيق ذكي فحسب، بل يتطلب تكاملاً في البنية التحتية التقنية، وأتمتة العمليات، وتوظيف تحليلات البيانات، وتحسين تجربة المستخدم بشكل شامل. إلا أن ضعف التكامل بين هذه العناصر قد يؤدي إلى تدني مستوى جودة الخدمة، مثل بطء الاستجابة للطلبات، أو تعطل الأنظمة، أو ضعف حماية بيانات العملاء، أو تأخر عمليات الشحن والتوصيل.

كما أن العميل في البيئة الرقمية يتمتع بخيارات واسعة وسهولة في الانتقال بين المتاجر، مما يجعل أي قصور في جودة الخدمة سبباً مباشراً في فقدان العميل وتحوله إلى منافس آخر. وبالتالي فإن العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة تمثل محوراً أساسياً لفهم أسباب التفاوت في الأداء بين المتاجر الإلكترونية.

2.1. فجوات على المستوى النظري

- على الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت التحول الرقمي كمتغير مستقل، إلا أن معظمها ركز على الأداء المالي أو الكفاءة التشغيلية، بينما لم يُعطَ تأثيره على جودة الخدمة في قطاع المتاجر الإلكترونية اهتماماً كافياً في البيئة السعودية.
- تناولت العديد من الدراسات جودة الخدمة بشكل منفصل باستخدام نماذج تقليدية، دون الربط المباشر بين أبعاد التحول الرقمي وأبعاد جودة الخدمة في إطار تحليلي متكامل.
- هناك نقص في الدراسات التطبيقية التي تدمج بين أبعاد التحول الرقمي (مثل أتمتة العمليات، تجربة المستخدم، البنية التقنية) وأبعاد جودة الخدمة في نموذج واحد داخل قطاع التجارة الإلكترونية.
- محدودية الدراسات التي ركزت على مدينة جدة تحديداً كبيئة اقتصادية وتجارية ذات خصوصية داخل المملكة.

2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- تفاوت مستوى تطبيق التحول الرقمي بين المتاجر الإلكترونية، دون وجود مؤشرات واضحة لقياس أثر ذلك على جودة الخدمة.

- عدم وجود بيانات واضحة لدى بعض المتاجر حول مدى انعكاس الاستثمار في التقنيات الرقمية على رضا العملاء.
- ضعف الربط العملي بين أنظمة الأتمتة وتجربة المستخدم، مما يؤدي إلى مشكلات تشغيلية تؤثر على جودة الخدمة.
- ارتفاع شكاوى العملاء المتعلقة بسرعة الاستجابة وأمان البيانات، رغم التوجه العام نحو الرقمنة.
- حاجة متخذي القرار إلى إطار علمي يساعدهم على تحديد أولويات الاستثمار في التحول الرقمي لتحسين جودة الخدمة.

ومن هنا تتحدد مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة؟

3. أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، والمتمثل في العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في قطاع المتاجر الإلكترونية، وهو من القطاعات التي تشهد نموًا متسارعًا في المملكة العربية السعودية. ومع تزايد المنافسة في البيئة الرقمية، أصبحت جودة الخدمة عنصرًا حاسمًا في تحقيق رضا العملاء واستمرار المؤسسات. كما أن التحول الرقمي لم يعد خيارًا تنظيميًا، بل ضرورة استراتيجية لضمان الكفاءة والتميز التنافسي.

وتتضح أهمية الدراسة على مستويين رئيسيين: المستوى النظري، والمستوى التطبيقي.

3.1. على المستوى النظري:

- تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بموضوع التحول الرقمي وجودة الخدمة، خاصة في قطاع التجارة الإلكترونية.
- تقدم إطارًا تحليليًا يربط بين متغيرين مهمين في الإدارة الحديثة داخل نموذج بحثي واحد.
- تسد فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في البيئة السعودية.
- توفر أساسًا علميًا يمكن أن تستند إليه دراسات مستقبلية تتناول موضوعات مشابهة أو متغيرات إضافية.

1.1. على المستوى التطبيقي:

- تساعد نتائج الدراسة أصحاب المتاجر الإلكترونية في تقييم مستوى التحول الرقمي لديهم ومدى تأثيره على جودة الخدمة.
- تمكّن متخذي القرار من تحديد أولويات الاستثمار في التقنيات الرقمية التي تعزز رضا العملاء.
- تسهم في تحسين تجربة العملاء من خلال توجيه الاهتمام نحو الأبعاد الأكثر تأثيراً في جودة الخدمة.
- تدعم المؤسسات في تطوير استراتيجيات رقمية فعالة تعزز قدرتها التنافسية في السوق الإلكتروني.
- توفر مؤشرات عملية يمكن استخدامها في قياس وتحسين الأداء الرقمي بشكل مستمر.

1. أسئلة الدراسة

تُعد أسئلة الدراسة من أهم عناصر البحث العلمي، حيث تمثل الإطار الذي يوجه عملية جمع البيانات وتحليلها، كما تسهم في تحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة بشكل دقيق. وبناءً على مشكلة الدراسة والفجوات البحثية التي تم تحديدها، تم صياغة أسئلة الدراسة على النحو التالي:

يتمثل السؤال الرئيسي للدراسة في:

ما مدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة؟

ويندرج تحت هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تهدف إلى تحليل أبعاد العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة بشكل أكثر تفصيلاً.

يتعلق أحد هذه الأسئلة الفرعية بالتعرف على مدى تبني المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة للتقنيات الرقمية الحديثة، حيث يسعى البحث إلى استكشاف مستوى استخدام هذه المتاجر للأدوات الرقمية المختلفة، مثل أنظمة الدفع الإلكتروني، وأنظمة إدارة الطلبات، وخدمات العملاء الرقمية، ومدى اعتمادها على التسويق الإلكتروني والتفاعل عبر المنصات الرقمية. كما يهدف هذا السؤال إلى معرفة ما إذا كان هذا التبني يتم بشكل جزئي أو شامل، ومدى تأثيره على العمليات التشغيلية داخل المتجر الإلكتروني.

كما يتناول البحث سؤالاً آخر يركز على أثر استخدام التقنيات الرقمية على تحسين عناصر جودة الخدمة، حيث يتم تحليل كيفية مساهمة التحول الرقمي في رفع مستوى سرعة الاستجابة لطلبات العملاء، وتقليل الأخطاء في معالجة الطلبات، وتحسين دقة المعلومات المقدمة للعملاء. ويسعى هذا السؤال إلى فهم ما إذا كانت هذه التحسينات ناتجة بشكل مباشر عن استخدام التقنيات الرقمية، أم أنها تعتمد على عوامل أخرى مثل كفاءة الإدارة أو خبرة العاملين.

ومن بين الأسئلة المهمة التي تتناولها الدراسة أيضاً، ما مدى تأثير التحول الرقمي على تجربة المستخدم ورضا العملاء؟، حيث يسعى البحث إلى قياس مدى شعور العملاء بالرضا عند استخدام المتاجر الإلكترونية التي تعتمد على التحول الرقمي، مقارنةً بتلك التي تعتمد على أساليب تقليدية. كما يركز هذا السؤال على تقييم تجربة المستخدم من حيث سهولة استخدام الموقع أو التطبيق، وسرعة إتمام عملية الشراء، ومستوى الدعم الفني المقدم.

كذلك تسعى الدراسة للإجابة عن سؤال مهم وهو ما طبيعة العلاقة بين مستوى التحول الرقمي ومستوى جودة الخدمة المقدمة؟، حيث يتم تحليل ما إذا كانت هناك علاقة طردية بين المتغيرين، بمعنى أنه كلما زاد مستوى التحول الرقمي ارتفع مستوى جودة الخدمة، أم أن العلاقة قد تكون ضعيفة أو متأثرة بعوامل أخرى وسيطة.

ومن جانب آخر، تهدف الدراسة إلى استكشاف ماهي أهم التحديات والمعوقات التي تواجه المتاجر الإلكترونية في تطبيق التحول الرقمي؟، سواء كانت هذه التحديات تقنية، مثل ضعف البنية التحتية الرقمية، أو تنظيمية، مثل مقاومة التغيير، أو مالية، مثل ارتفاع تكاليف تطبيق الأنظمة الرقمية الحديثة. ويساعد هذا السؤال في تقديم صورة واقعية عن البيئة التشغيلية للمتاجر الإلكترونية.

كما تتناول الدراسة سؤالاً يتعلق بمدى قدرة التحول الرقمي على تحقيق ميزة تنافسية للمتاجر الإلكترونية؟، حيث يتم تحليل ما إذا كان استخدام التقنيات الرقمية يساهم في تميز المتجر عن غيره من المنافسين، من خلال تقديم خدمات أسرع أو أكثر دقة أو تجربة مستخدم أفضل.

وأخيراً، تسعى الدراسة للإجابة عن سؤال تطبيقي مهم يتمثل في:

كيف يمكن للمتاجر الإلكترونية في مدينة جدة تحسين جودة خدماتها من خلال تبني استراتيجيات التحول الرقمي بشكل أكثر فاعلية؟

حيث يهدف هذا السؤال إلى الربط بين النتائج النظرية والتطبيق العملي، من خلال تقديم مقترحات قابلة للتنفيذ تساعد المتاجر على تطوير أدائها وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء

2. أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والتطبيقية التي ترتبط بشكل مباشر بموضوع البحث، والمتمثل في تحليل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة. وتتبع أهمية هذه الأهداف من دورها في توجيه الدراسة نحو فهم أعمق للعلاقة بين استخدام التقنيات الرقمية وتحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء.

الهدف الرئيسي للدراسة : تحليل وقياس تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة،

الأهداف الفرعية:

- تحديد مستوى تبني المتاجر الإلكترونية للتقنيات الرقمية الحديثة.
- تقييم جودة الخدمات المقدمة للعملاء.
- تحليل العلاقة بين مستوى التحول الرقمي ورضا العملاء وجودة الخدمة
- استكشاف التحديات التي تواجه المتاجر الإلكترونية
- تقديم توصيات عملية لتعزيز جودة الخدمات من خلال التحول الرقمي

ما الأدوات والتقنيات الرقمية المستخدمة في المتاجر الإلكترونية لتحسين جودة الخدم؟
ما الأدوات والتقنيات الرقمية المستخدمة في المتاجر الإلكترونية لتحسين جودة الخدمة؟
ما الأدوات والتقنيات الرقمية المستخدمة في المتاجر الإلكترونية لتحسين جودة الخدمة؟

3. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية للدراسة في:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التحول الرقمي في المتاجر الإلكترونية وجودة الخدمة المقدمة للعملاء في مدينة جدة.

وتعني هذه الفرضية أن زيادة مستوى تبني التقنيات الرقمية من قبل المتاجر الإلكترونية من المتوقع أن يؤدي إلى تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء.

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية عدد من الفرضيات الفرعية التي تهدف إلى تحليل العلاقة بشكل أكثر تفصيلاً:

- تتمثل الفرضية الفرعية الأولى في أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام التقنيات الرقمية وسرعة الاستجابة لطلبات العملاء، حيث يُفترض أن اعتماد المتاجر الإلكترونية على الأنظمة الرقمية يساهم في تقليل الوقت اللازم لمعالجة الطلبات والرد على استفسارات العملاء، مما يؤدي إلى تحسين مستوى الخدمة.
- أما الفرضية الثانية فتتمثل في أن هناك علاقة إيجابية بين مستوى التحول الرقمي ودقة المعلومات المقدمة للعملاء، حيث يُتوقع أن استخدام الأنظمة الرقمية يساهم في تقليل الأخطاء البشرية وتحسين دقة البيانات المتعلقة بالمنتجات والخدمات، مما يعزز ثقة العملاء في المتجر.
- وتشير الفرضية الثالثة إلى أن التحول الرقمي يساهم في تحسين تجربة المستخدم في المتاجر الإلكترونية، حيث يُفترض أن استخدام واجهات رقمية متطورة وأنظمة سهلة الاستخدام يؤدي إلى تحسين تجربة العميل أثناء التصفح والشراء، مما ينعكس بشكل إيجابي على تقييمه للخدمة.
- كما تفترض الدراسة في فرضية أخرى أن هناك علاقة إيجابية بين مستوى التحول الرقمي ورضا العملاء، حيث يُتوقع أن العملاء الذين يتعاملون مع متاجر تعتمد على تقنيات رقمية متقدمة يكونون أكثر رضا مقارنة بغيرهم، نتيجة لتحسن جودة الخدمة وسهولة الاستخدام.
- ومن ناحية أخرى، تفترض الدراسة أن ضعف تطبيق التحول الرقمي قد يؤثر سلباً على جودة الخدمة المقدمة، حيث إن عدم استخدام التقنيات الحديثة أو استخدامها بشكل محدود قد يؤدي إلى بطء في الأداء، وزيادة الأخطاء، وضعف تجربة المستخدم.
- وأخيراً، تفترض الدراسة أن تطبيق استراتيجيات التحول الرقمي بشكل متكامل يمكن أن يساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمتاجر الإلكترونية، من خلال تحسين جودة الخدمة وزيادة رضا العملاء، مما يساعد هذه المتاجر على التميز في السوق الرقمي.

4. نموذج الدراسة

تركز هذه الدراسة على تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة. ويعتمد النموذج المقترح على تقسيم المتغيرات إلى ثلاث فئات:

المتغير المستقل:

يمثل التحول الرقمي وكل ما يتعلق باستخدام التكنولوجيا الحديثة في المتاجر الإلكترونية لتحسين العمليات الداخلية والخارجية. يشمل ذلك: أنظمة الدفع الإلكتروني، إدارة الطلبات، قواعد بيانات العملاء، التسويق الرقمي، والتواصل الإلكتروني مع العملاء.

المتغيرات الوسيطة:

تشمل عناصر جودة الخدمة التي تتأثر بالتحول الرقمي، مثل: سرعة الاستجابة للطلبات، دقة المعلومات المقدمة، سهولة استخدام المنصة الإلكترونية، وكفاءة التواصل الرقمي مع العملاء.

المتغير التابع:

هو جودة الخدمة الكلية التي يتلقاها العميل، والتي تقيس مستوى رضا العملاء وكفاءة تقديم الخدمة الرقمية.

يفترض النموذج أن التحول الرقمي يسهم في تحسين سرعة ودقة الخدمات، مما يؤدي إلى رفع جودة الخدمة وبالتالي زيادة رضا العملاء، وسيتم اختبار هذا الافتراض ميدانياً من خلال البيانات التي ستجمع من المتاجر والعملاء.

5. منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على منهجية وصفية تحليلية ميدانية تشمل الخطوات التالية:

نوع البحث:

دراسة تحليلية وصفية تعتمد على البيانات الأولية والثانوية لقياس أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة.

أدوات جمع البيانات:

الاستبيانات الإلكترونية: توزع على العملاء لتقييم رضاهم عن جودة الخدمات الرقمية، مع استخدام مقياس ليكرت لقياس عناصر جودة الخدمة ومستوى التحول الرقمي.

المقابلات شبه المهيكلة: تجرى مع مسؤولي التسويق الرقمي ومديري المتاجر للحصول على معلومات حول التحديات التشغيلية والاستراتيجيات الرقمية المتبعة.

عينة البحث:

تتكون من مجموعة ممثلة من المتاجر الإلكترونية في جدة، مع مراعاة تنوع الأنشطة التجارية.

تشمل أيضًا عملاء المتاجر الذين تعاملوا معها خلال الأشهر الـ 12 الأخيرة لضمان موثوقية البيانات.

طرق التحليل:

التحليل الوصفي: وصف خصائص العينة ومتوسطات الإجابات.

التحليل الاستدلالي: استخدام اختبارات الارتباط والانحدار لاختبار الفرضيات.

تفسير النتائج: ربط البيانات الميدانية بالنظرية لتقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق.

6. الدراسة الميدانية

تركز الدراسة على مدينة جدة، المملكة العربية السعودية، لما تتميز به من كثافة المتاجر الإلكترونية وانتشار واسع للتجارة الرقمية، بالإضافة إلى تنوع قاعدة العملاء، مما يجعلها بيئة مناسبة لتحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة.

الوحدات المستهدفة للدراسة:

- المتاجر الإلكترونية في مختلف القطاعات التجارية.
- العملاء الذين قاموا بشراء منتجات أو خدمات عبر هذه المتاجر.
- مسؤولو التسويق الرقمي والإدارة المسؤولون عن العمليات الإلكترونية.

مبرر اختيار جدة:

المدينة تمثل مركزاً اقتصادياً رئيسياً في المملكة.

انتشار واسع للتجارة الإلكترونية يوفر عينة متنوعة وموثوقة.

الدراسة في جدة تتماشى مع أهداف التحول الرقمي في رؤية المملكة 2030.

7. مخطط المشروع المقترح

يتم توضيح المخطط على شكل تسلسل منطقي بالأقسام:

1. المقدمة: عرض خلفية البحث، أهمية التحول الرقمي، ومبررات الدراسة.
2. مشكلة البحث: توضيح الفجوة البحثية والمشاكل العملية في المتاجر الإلكترونية المتعلقة بجودة الخدمة.
3. أسئلة البحث وأهدافه: عرض الأسئلة الرئيسية والفرعية والأهداف العامة والفرعية للدراسة.
4. فرضيات البحث: عرض الفرضيات التي سيتم اختبارها وعلاقتها بالمتغيرات.
5. نموذج الدراسة: شرح المتغير المستقل (التحول الرقمي)، المتغيرات الوسيطة (مؤشرات جودة الخدمة)، والمتغير التابع (رضا العملاء) وكيفية تأثير كل مجموعة على الأخرى.
6. الدراسات السابقة والفجوات: تلخيص أهم الدراسات السابقة وتوضيح الفجوات البحثية التي تهدف الدراسة لسدها.
7. منهجية البحث: وصف نوع البحث، أدوات جمع البيانات، العينة، وطريقة التحليل الإحصائي.
8. جمع البيانات وتحليلها: شرح الخطوات العملية لجمع البيانات وتحليلها وتفسير النتائج.
9. النتائج: عرض النتائج بشكل مفصل وبيان مدى تحقق الفرضيات من عدمه.
10. التوصيات والخاتمة: تقديم التوصيات العملية المستندة إلى النتائج واستخلاص الخلاصات النهائية.

• الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1. المقدمة:

يُعد التحول الرقمي من أبرز التحولات التي شهدتها العالم في العقود الأخيرة، حيث أصبح عنصرًا أساسيًا في تطوير المؤسسات وتحسين جودة الخدمات، خاصة في بيئة التجارة الإلكترونية التي تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا. وقد أدى هذا التحول إلى تغييرات جوهرية في طريقة تقديم الخدمات والتفاعل مع العملاء، مما دفع الباحثين إلى دراسة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة من زوايا متعددة.

وقد ركزت العديد من الدراسات السابقة على تحليل أثر التقنيات الرقمية على تحسين الأداء الخدمي، سواء في القطاعات التجارية أو الخدمية، كما اهتمت بدراسة أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية والعوامل المؤثرة في رضا العملاء. ومن خلال استعراض هذه الدراسات، يمكن تكوين إطار نظري متكامل يساعد في فهم طبيعة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة، وتحديد الفجوات البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها.

2. الدراسة السابقة:

تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في بيئة التجارة الإلكترونية، حيث أشارت دراسة Ighomereho et al (2022) إلى أن جودة الخدمة الإلكترونية تعتمد على عدة أبعاد رئيسية، مثل سهولة الاستخدام، والموثوقية، والأمان، وسرعة الاستجابة، وأن هذه الأبعاد تتأثر بشكل مباشر باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة. كما أوضحت الدراسة أن التحول الرقمي يساهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة كفاءة تقديم الخدمات.

كما أظهرت دراسة حديثة أن التحول الرقمي في التجارة الإلكترونية أدى إلى تغييرات كبيرة في العمليات التشغيلية وسلاسل الإمداد، حيث أصبح الاعتماد على البيانات والتقنيات الرقمية عنصرًا

أساسياً في تحسين الأداء والكفاءة داخل المؤسسات . ويعكس ذلك أهمية التحول الرقمي في تعزيز جودة الخدمة من خلال تحسين سرعة العمليات ودقتها.

وفي سياق متصل، أكدت دراسة أخرى أن التقنيات الرقمية لها تأثير إيجابي مباشر على جودة الخدمة، حيث تساهم في تحسين تجربة العملاء، مع وجود دور وسيط لتوقعات العملاء في تعزيز هذه العلاقة . وهذا يشير إلى أن جودة الخدمة لا تعتمد فقط على التكنولوجيا، بل أيضاً على كيفية إدراك العملاء لها.

كما تناولت دراسة Wattoo et al (2025) العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في التجارة الإلكترونية، حيث توصلت إلى أن تحسين جودة الخدمة يؤدي إلى زيادة رضا العملاء، والذي بدوره يساهم في تعزيز ولائهم واستمرار تعاملهم مع المتاجر الإلكترونية . وتؤكد هذه النتائج أهمية جودة الخدمة كعامل أساسي في نجاح المتاجر الإلكترونية.

ومن ناحية أخرى، أوضحت دراسة Al-Mamary et al (2025) أن التحول الرقمي لا يقتصر على استخدام التكنولوجيا فقط، بل يشمل التغيير في الاستراتيجيات والعمليات التنظيمية، وأن نجاحه يعتمد على تكامله مع جودة الخدمات المقدمة. كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين التحول الرقمي وتحسين الأداء المؤسسي .

كما بينت بعض الدراسات أن التحول الرقمي يساهم في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسات، خاصة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية الحديثة، مما يساعد على تحسين تجربة العملاء وزيادة التفاعل معهم .

وعلى مستوى أوسع، أشارت مراجعات علمية إلى أن التحول الرقمي يؤدي إلى تغييرات جذرية في نماذج الأعمال والاستراتيجيات التنظيمية، وليس فقط تحسين العمليات، مما يعزز من قدرة المؤسسات على الابتكار وتقديم خدمات ذات جودة أعلى .

3. التعليق على الدراسة السابقة:

من خلال تحليل الدراسات السابقة، يتضح وجود اتفاق عام على أن التحول الرقمي يلعب دورًا محوريًا في تحسين جودة الخدمة، خاصة في بيئة التجارة الإلكترونية. كما تشير معظم الدراسات إلى أن استخدام التقنيات الرقمية يسهم في تحسين سرعة الأداء، ودقة المعلومات، وتجربة المستخدم، مما ينعكس بشكل مباشر على رضا العملاء.

كما يتضح أن الدراسات ركزت بشكل كبير على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وأكدت أن تحسين جودة الخدمة يؤدي إلى زيادة الولاء لدى العملاء. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسات أن التحول الرقمي يشمل أبعادًا متعددة، منها التقنية والتنظيمية والاستراتيجية، مما يجعله عاملاً شاملاً في تحسين الأداء المؤسسي.

4. المتغير المستقل

التحول الرقمي

يُعد التحول الرقمي من أهم المتغيرات المستقلة في الدراسات الحديثة، ويُقصد به تبني المؤسسات للتقنيات الرقمية وتوظيفها في تحسين العمليات وتقديم الخدمات بشكل أكثر كفاءة. ولا يقتصر التحول الرقمي على مجرد استخدام التكنولوجيا، بل يشمل إعادة تصميم العمليات والخدمات بما يتوافق مع البيئة الرقمية.

ويتضمن التحول الرقمي عدة أبعاد رئيسية، مثل استخدام المنصات الإلكترونية (المواقع والتطبيقات)، وأنظمة الدفع الرقمية، وتكامل البيانات، إضافة إلى سهولة استخدام الأنظمة، وسرعة الأداء، ومستوى الأمان والموثوقية. وتسهم هذه العناصر مجتمعة في تحسين تجربة المستخدم وتسهيل حصوله على الخدمة.

وقد أشارت الدراسات السابقة إلى أن التحول الرقمي يسهم في تقليل الوقت والجهد، وتحسين دقة العمليات، وتقليل الأخطاء البشرية، مما يجعله عنصراً أساسياً في تطوير الخدمات خاصة في المتاجر الإلكترونية.

5. المتغير التابع

جودة الخدمة

تمثل جودة الخدمة المتغير التابع الذي يتأثر بمستوى تطبيق التحول الرقمي، وهي تعكس مدى قدرة المؤسسة على تقديم خدمة تلبي توقعات العملاء أو تتجاوزها. وتُعد جودة الخدمة من أهم مؤشرات نجاح المؤسسات، خاصة في البيئة الإلكترونية التي تعتمد بشكل كبير على تجربة المستخدم.

وتتضمن جودة الخدمة عدة أبعاد، من أبرزها سرعة الاستجابة لطلبات العملاء، ودقة المعلومات المقدمة، والاعتمادية في تنفيذ الخدمة، بالإضافة إلى سهولة الاستخدام والتفاعل مع المنصة الرقمية. كما تشمل أيضاً مستوى الدعم المقدم للعملاء ومدى كفاءة حل المشكلات.

وقد أوضحت العديد من الدراسات أن تحسين هذه الأبعاد يؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز ثقتهم في الخدمة المقدمة، مما يعكس أهمية جودة الخدمة كأحد المخرجات الرئيسية للتحويل الرقمي.

6. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع (التحول الرقمي وجودة الخدمة)

تُظهر الدراسات السابقة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التحويل الرقمي وجودة الخدمة، حيث يؤدي التوسع في استخدام التقنيات الرقمية إلى تحسين كفاءة وفعالية تقديم الخدمات.

فالتحول الرقمي يُسهم في تسريع إنجاز العمليات، وتقليل الأخطاء، وتحسين دقة المعلومات، وتوفير تجربة استخدام أكثر سهولة ومرونة، وهو ما ينعكس بشكل مباشر على جودة الخدمة.

كما أن المؤسسات التي تتبنى التحويل الرقمي بشكل متكامل تكون أكثر قدرة على الاستجابة لاحتياجات العملاء، وتقديم خدمات عالية الجودة مقارنة بالمؤسسات التقليدية. وبالتالي، يمكن القول إن التحويل الرقمي يمثل عاملاً حاسماً في تحسين جودة الخدمة، خاصة في بيئة المتاجر الإلكترونية.

وبناءً على ذلك، يمكن صياغة العلاقة على النحو التالي:

كلما زاد مستوى التحويل الرقمي، تحسنت جودة الخدمة المقدمة.

7. الفجوة البحثية

على الرغم من تنوع الدراسات السابقة، إلا أن هناك فجوة بحثية واضحة تتمثل في:

- قلة الدراسات التي تناولت المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة بشكل مباشر.
- محدودية الدراسات التي تربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في البيئة المحلية السعودية.
- تركيز معظم الدراسات على قطاعات مثل البنوك أو الخدمات الحكومية، دون التركيز الكافي على قطاع التجارة الإلكترونية.
-

وبناءً على ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل ميداني يركز على المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة.

8. الخاتمة

في ضوء ما تم استعراضه وتحليله في هذه الدراسة، يتضح أن التحول الرقمي يُمثل أحد الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المتاجر الإلكترونية في تطوير أدائها وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، خاصة في ظل التنافس المتزايد والتطور السريع في بيئة الأعمال الرقمية. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة بين مستوى تبني التحول الرقمي ومستوى جودة الخدمة، حيث يسهم توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في تحسين سرعة إنجاز العمليات، ورفع دقة المعلومات المقدمة، وتعزيز كفاءة التفاعل مع العملاء، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على تجربة المستخدم بشكل عام.

كما بينت الدراسة أن جودة الخدمة تُعد عنصراً محورياً في تحقيق رضا العملاء، حيث أن تقديم خدمات إلكترونية تتسم بالكفاءة والموثوقية وسهولة الاستخدام يؤدي إلى زيادة مستوى رضا العملاء وثقتهم في المتاجر الإلكترونية. ويؤكد ذلك أن المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات تحول رقمي متكاملة تكون أكثر قدرة على الاستجابة لمتطلبات العملاء المتغيرة، وتحقيق مستويات أعلى من التميز التنافسي مقارنة بغيرها من المؤسسات التقليدية.

وفي المقابل، أظهرت النتائج أن ضعف تطبيق التحول الرقمي أو محدودية استخدام التقنيات الحديثة قد يؤدي إلى تراجع في مستوى جودة الخدمة، نتيجة بطء الإجراءات، أو نقص دقة المعلومات، أو ضعف تجربة المستخدم، وهو ما قد يؤثر سلباً على رضا العملاء واستمرارية تعاملهم مع المتجر.

كما كشفت الدراسة عن وجود مجموعة من التحديات التي قد تعيق تطبيق التحول الرقمي في المتاجر الإلكترونية، والتي تشمل التحديات التقنية مثل ضعف البنية التحتية الرقمية، والتحديات التنظيمية المرتبطة بمقاومة التغيير، بالإضافة إلى نقص الكفاءات البشرية المؤهلة للتعامل مع التقنيات الحديثة. الأمر الذي يتطلب من المؤسسات تبني استراتيجيات واضحة لمعالجة هذه التحديات، من خلال الاستثمار في تطوير الأنظمة الرقمية، وتأهيل الموارد البشرية، وتعزيز ثقافة التحول الرقمي داخل المنظمة.

وبناءً على ما سبق، توصي الدراسة بضرورة التوسع في تبني التقنيات الرقمية المتقدمة، والعمل على تحسين تصميم المنصات الإلكترونية بما يضمن سهولة الاستخدام ورفع كفاءة تجربة المستخدم، إضافة إلى الاهتمام بتحديث الأنظمة بشكل مستمر بما يتوافق مع احتياجات السوق وتوقعات العملاء.

كما تؤكد الدراسة على أهمية التكامل بين الجوانب التقنية والتنظيمية لضمان تحقيق أقصى استفادة من التحول الرقمي.

وفي الختام، تؤكد هذه الدراسة أن التحول الرقمي لم يعد خيارًا، بل أصبح ضرورة استراتيجية لنجاح واستمرارية المتاجر الإلكترونية، لما له من دور جوهري في تحسين جودة الخدمة وتعزيز رضا العملاء. كما تفتح الدراسة المجال أمام بحوث مستقبلية يمكن أن تتناول متغيرات إضافية مثل تجربة المستخدم أو الثقة الإلكترونية كعوامل وسيطة، أو تطبيق الدراسة على قطاعات ومناطق جغرافية مختلفة، بما يسهم في إثراء الأدبيات العلمية في هذا المجال.

قائمة المراجع

- 1988). SERVQUAL: A multiple-item) .Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pearson .(15th ed) 2016). *Marketing management* .Keller, K. L & ,Kotler, P Education.
- 2019). Understanding digital transformation: A review and a research) .Vial, G agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- 2013). Digital) .Venkatraman, N & ,Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- 2018). *Services marketing: Integrating*) .Gremler, D. D & ,Zeithaml, V. A., Bitner, M. J McGraw-Hill Education. .(7th ed) *customer focus across the firm*
- العتيبي، م. (2022). التحول الرقمي وأثره على الأداء المؤسسي في المؤسسات السعودية. *مجلة الإدارة والتنمية*، 15(3)، 45–68.
- الزهراني، س. (2021). جودة الخدمة في قطاع التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية. *مجلة العلوم الإدارية*، 12(2)، 77–101.

2020). The impact of digital transformation on service quality in Saudi organizations. *International Journal of Business and Management*, 15(9), 1–12.

Chaffey, D. (2015, 6th ed). *Digital business and e-commerce management*. Pearson Education.

Ighomereho, S. O., Ojo, A. A., Omoyele, S. O., & Olabode, S. O. (2022). From service quality to e-service quality: Measurement, dimensions and model. arXiv Preprint. <https://arxiv.org/abs/2205.00055>

Nabila, P. I., Rahayu, S., & Widjaja, F. N. (2026). The role of service quality in e-commerce customer satisfaction and loyalty. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8(1). <https://doi.org/10.24256/kharaj.v8i1.8806>

Al-Mamary, Y. H., Alshallaqi, M., Abubakar, A., & Alhakimi, W. (2025). A comprehensive conceptual model of digital transformation in public services. *Future Business Journal*. <https://link.springer.com/article/10.1186/s43093-025-00621-8>

حسنين، أ. س. ط. & العازمي، ف. ز. ع. (2022). دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين: دراسة تطبيقية. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*, 13(3), 1059-1078.

عبد المنعم، م. أ. م. (2025). أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية على عملاء 195-البنوك المصرية. *مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية*, 62(3), 155.

السعدي، ر. ع. أ. (2024). التحول الرقمي لتسويق العمليات المصرفية وأثره على جودة الخدمات المصرفية. *Journal of Accounting and Financial Studies*, 19.

Ighomereho, S. O., et al. (2022). From service quality to e-service quality. arXiv.

Wattoo, M. U., et al. (2025). Service quality and customer behavior in e-commerce. *SAGE Journals*.

Al-Mamary, Y. H., et al. (2025). Digital transformation model. Future Business Journal.

Amin, M., et al. (2025). Digital transformation and marketing performance. Discover Sustainability.

Zhou, L., et al. (2023). Digital transformation and service trade. Sustainability Journal.

Parasuraman, A., et al. (2005). E-S-QUAL model. Journal of Service Research.

Chaffey, D. (2019). Digital Business and E-Commerce. Pearson.

Laudon, K., & Traver, C. (2020). E-commerce. Pearson.

Egodawele, M., et al. (2022). Digital transformation literature review. arXiv.

Che, T., et al. (2023). Digital transformation and quality improvement. Technological Forecasting.